传媒技术与传媒思维

摘　要：所谓传媒技术，换言之便是信息技术，主要是指将相关信息运输到传播媒介领域中的信息化技术。从当前情况来看，被人们应用过的传媒媒介包含了多个方面，分别是语言传媒、广播传媒、电视以及互联网传媒，而传媒技术也涉及到了多种类型，比如印刷技术、造纸技术、广播技术和量子传媒技术等。思维是人们在社会生产期间为了实现目标而对相关问题进行的探究和分析，思维属于人们运动的一个过程，包含了灵感思维、抽象思维和形象思维。结合我国传媒经济的发展情况来看，未来的传媒经济发展属于一项体系性的战略。在本文中，重点探究了传媒技术和传媒思维。
关键词：传媒技术；传媒思维；融合
中图分类号：G206　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2019）11-061-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.11.015

文 / 瞿榕

传播媒介的发展受到多方面因素的影响，大体上表现为两个方面：其一，从传媒实际发展情况可以看出，传媒技术的合理应用其实是推动传播媒介进一步发展的基本动力；其二，从经济社会发展情况来看，人们自身的传媒思维是传播媒介发展的主要要点。对于传播媒介来讲，两项因素属于一项完整的整体，有着密切的联系性，并且，传播技术的动力因素也不会作用于传播媒介，其产生的作用力来源于社会对于传媒技术的进一步认识。换言之，传媒人的传媒思维理念决定了传媒技术作用力的进一步体现。人们的传媒思想理念对于传媒也没有直接性的引领力，一般是基于传媒技术作用于传媒形态的深度。基于我国传播媒介发展现状得出，技术和时代需求相一致，我国虽然属于传媒强国，但是传播媒介的能力依旧处于较低的状态，产生这一现象的因素有很多，最为明显的一点便是尚没有结合实际情况，树立现代化的传媒思维理念。从中看出，人们科学传媒思维理念的形成和传媒引导力的实现与传媒技术的应用相符合，三者处于完整的状态。所以，加大对传媒技术和传媒思想的探究力度是很有必要的，这样有利于传播媒介得到进一步的发展和运行。

1. 对于传媒思维方式和类型的阐述

所谓思维，一般是指人们在社会生活中为了达到相应目标而对有关问题进行的探究和思考。科学合理的思维理念有利于帮助人们正确地看待世界，遵循规律性，这是避免误差、走向成功之路的关键。对于我国传播媒介而言，需要与科学的传媒思维相互融合到一起，只有这样，才能将传播媒介的价值体现出来。

1.1 互联网传播思维方式

在传播思维体系内，互联网传播思维属于一项单体的传播思维，不过，因为互联网的传媒不具有明确的界限，所以，互联网传播思维模式也被称作全球性的网络思维。在通常情况下，网络传播方式其实是利用计算机技术、互联网技术的优势合理地预测未来发展情况。当前，基于互联网传媒思想的性质应用导航功能为多重的、复杂多变的互联网传媒行为提供良好的服务，以此提升互联网传媒运行效率，将互联网传媒在社会经济运行背景下的价值更好地体现出来，最终达到相应的目标。

从二十一世纪以来互联网传媒实践提供的经验和人们对互联网传媒性质的认识可以看出，互联网传媒思维体系是由多方面相互组合形成的，分别是“互联网＋”传媒思维方式、大数据传媒思维方式、透明性的传媒思维方式及云计算传媒方式等。

其一，“互联网＋”传媒思维方式。从该项方式的角度进行探究，性质表现为：一方面来讲，其属于我国一种指令性的传媒思维方法，以及国家引领性的战略传媒思维方式，它具备一定的新形态，能够加深传媒的相互统合。“互联网＋”传媒思维方式的性能明确体现出来，本身是一项以互联网传媒思维为主的大文化思维和新经济思维等聚合而成的、综合性极强的思维体系。在当前的时代背景下，所提及的互联网＋传播思维方式也具备了一定的时代特性。它不仅仅是经济发展的产物，与此同时，也是中国特色社会主义发展的产物。其推动自身发展的动力便是在社会发展期间采取何种方式来优化互联网传媒资源力，将互联网传媒的文化力体现出来，以此确保互联网传媒力被全面落实于社会经济发展中。

其二，大数据传媒思维方式。该种方式主要是应用相关的数据对事物运行规律进行有效的分析，采取规划和决策的方式。从实质情况来看，大数据传媒思维其实是对大数据行为模式进行思考和探究的一种方式，此种类型的特性体现为：可以高效率以及高质量地应用各项信息资源，有利于将信息资源真实地体现出来，以此为后期决策提供良好的依据。最后，有助于人员加以创新，

树立新型的理念，通过对新型模式进行创新，应用各项新型技术达到领域稳定发展的目的。

其三，公开透明的互联网传媒思维方式。在这里，所提及的公开化的互联网传播方式，主要指的是一种互联网营销手段，也是通过此类营销手段所产生的一种性质。与现代商业营销模式相比，传统的商业营销模式往往强调渠道，商店卖什么而顾客就买什么的理念，但是，并不是秉承顾客是上帝的原则。而在互联网传媒不断发展的背景下，互联网传媒电商逐渐成为了当前商品交换的主体，其具备的性质为商品质量、品质和价格等，在这一现状下，透明性的传媒思维方法因此而形成。公开透明性的传媒思维方法不仅仅在传播途径还是传播理念上，都符合当前的社会发展形势，得到人们的认可。而对于电商本身来讲，它的出现不仅使得社会购买效率有了明显的提升，与此同时，淘宝网购类型的互联网消费模式已经发展成为当代年轻人的消费方式。

其四，互联网零距离形式的传媒思维模式。零距离概念，其实是由传统媒体江苏省广播电视台前几年设立的一种新闻直播节目，自从该项节目播出之后，便受到了广泛的关注，该项节目以贴近人民群众生活为主，产生的经济效益极高。从实际情况来看，零距离栏目虽然是由以往传统媒体成立的，不过，其有着独立的特征，表现为：其自身的节目要求与互联网传播思维模式相符，在这个基础之上，采用了这个节目概念研究分析互联网传媒的思维方式。长时间下来，便形成了新型的思维方式—零距离传媒思维方式。该方式的特征是：①可以达到信息传播即时性和贴近性相互联系到一起的目的。②加深了传播媒介和受众之间的距离，真正实现了高效率的传播信息。③通过加大信息的传播力度，使得民生新闻理念被社会各界加大了关注度。在这篇文章中，详细阐述了这种新型的互联网传播新型思维方式可以通过这个新型的互联网思维传播方式以及节目的传播经验加深人和人的关系，基于互联网传媒思维模式的基础上进行下一步互联网传播思维方式的改进工作以及创新发展工作。与此同时，与节目相关的互联网传播思维方式也会出现一些新的性质。

其五，云计算传媒思维方式。云计算，是指采取计算机将各项互联网数据资源进行整合，从而在最大程度上达到资源共享的目标。针对云计算传媒思维方式来说，通常会借助于云计算传媒思维方式进行互联网数据资源的优化，将其转变成能够使用的资源，然后反馈给不同的用户。其中，云计算传媒思维方式的特征表现为以下几点：首先，有着极高的准确性，云计算是将诸多的信息整理到一起；其次，提供的服务区域较广，可以在该项区域内服务于用户；最后，信息资源流动效率非常快。

1.2 传媒思维和思维方式

在传媒经济共同体理论中，对传媒思维进行了明确的阐述，互联网传播的媒介思维属于比较专业化的思维方式，在通常情况下，人们会依据自身所了解到的专业知识以及媒介传播的现状对事物的属性进行认知。换言之，传媒思维是人们对于传播媒介性质和功能的探究，甚至是对整体性传播媒介性质和功能的进一步思考。从本质上来看，传播媒介科学地解读传媒发展规律，本身是不可改变的，不过，此种思维方式具有很好的灵活性。

1.3 量子传媒思维

量子传媒的思维模式是建立在量子物理学基础之上的传媒思维媒介，其自身产生于宏观物理学，其对于大力研究宏观物体的物理性质有着极高的价值。基于此，要想确定量子传媒思维方式，从一方面来讲，需要以量子物理学的性质为主；另外一方面，则是注重经典物理学提供的物体物理性质理论。量子传媒被称为互联网传媒，一般是以量子理论为主对信息加以传播的一种类型，换言之，在对量子的研究基础之上，才会产生量子传播思维，在通常情况下，会出现一些测试不准确的情况。基于物理学方面来看，人们的认识表现为三方面，分别是牛顿物理学世界、牛顿物理学世界和量子物理学世界。不过，人们对其的认识无论是处于何种环节，均有着相同的东西，那就是世界是本质的，不可动摇和改变，不然的话，人类也就在世界上没有了存在的必要性。在牛顿物理学的研究中，所使用的牛顿思维属于一种宏观思维，其自身从本质上来看是人类的正常思维方式，换句话说，人类通过身体上的各个器官，例如嗅觉、触觉等，通过这些感官对世界所形成的具象化思维，可以帮助人们更好地了解这个世界。

2. 传媒技术和应用情况

2.1 传媒技术类型

传媒技术被称为信息化技术。自从人类诞生以来，被应用的传播媒介包含了多种类型，如下所示。

（1）相同语言传媒的形成和语言传媒技术；其实人们作为传播媒介本能性的传媒技术，有着一定的适应性和创新性。

（2）同纸质传媒的形成和发展为有关的纸质传媒技术提供了创新发展的机会。

（3）与计算机技术的形成和发展相关的信息技术，是立足于计算机技术研究发展的基础上进行的创新发展的互联网信息技术，其中，计算机技术主要涵盖了硬件以及软件。前者是进行计算机信息数据的保存、处理和传输技术相互组合形成的；而后者则是由数据搜集软件技术、储存软件技术和检索软件技术以及应用评估技术组合形成的。

（4）同形成量子传媒思维有直接关系的互联网传媒技术属于一种科学性较高的传媒技术，同时，这种互联网传媒技术还可以称为量子传媒技术。另外，此项技术也是建立在量子的研究基础上的一种新型传播媒介。

2.2 传媒技术能力与应用度成正比

伴随着社会的不断发展，科学技术是先进生产力的一种代表，先进的科学技术不仅代表先进的生产力，还是一种发展理念，是人们对客观世界正确的认知。通过先进的科学技术，人们不仅可以正确了解这个世界，还可以运用世界的发展规律来更好的适应这个世界。通过

先进的科学技术，可以更好地帮助人们提高对世界的认知能力。换言之，技术更像一种工具，可以给人类带来丰富的知识。科学技术与我们的生活之间有着密切的联系，技术一般可以解决人们日常生活中的实际问题，在通常情况下，其实践性极强，会用于生活中比较常见的领域。而对于科学技术而言，在科学化的理论指导之下所形成的技术，通过科学的理论指导而形成的巨大科学生产力，如果技术没有科学理论的指导则属于一项盲目性的行为，技术力将无法体现出来。此外，如果仅有科学理论而没有实践性极强的技术，科学生产力也将无法发挥真正的作用。

科学技术在不同的行业以及企业中所展现的能力是不同的，造成这种情况最主要的原因是科学技术所服务的行业性质决定。例如，在互联网传播领域，技术产生的主要作用体现在产业能力方面。与此同时，科学技术在互联网传播领域所起到的产业功能是由行业特性所导致的。科学技术在行业中进行应用时，首先需要确定行业的性质。但是，对于科学技术来说，也是具有一定限制条件，这种限制条件主要来源于人们对于科学技术的认知，如果人们对于科学技术的认知程度较高，科学技术转变成生产力的概率也就会提升，这样的话，就对经济社会发展有着重要的推动作用。

2.3 有效管理传媒技术，保持安全性

传媒技术和其他类型的科学技术一样，均是双刃剑，除了可以造福于人类生活之外，还有可能会对人们生活产生不良的影响，此种现象的核心案例是技术，其有利于社会进一步发展，不过，其自身对社会破坏力也是极强的。在这个基础之上，需要进一步增强对科学技术的管理，正确地使用科学技术，有利于社会经济稳定运行。

3. 对于传媒战略体系的制定

在几十年的发展过程中，我国传媒理论从无到有，再到具有特色的完善传媒理论体系，从当前情况来看，该项体系包含了以下几种类型。第一，当前互联网传媒行业所实行的创新发展战略：其中，主要包含了我们国家的事业单位所实行的企业战略，与此同时，这也是我们国家实行的最新发展策略。第二，传统传媒行业的发展规划阶段。在该项阶段中，我国传媒体系内的经营性传媒事业逐渐转向产业，而且传媒文化产业也逐渐步入了现代的文化产业系统中。第三，当前所实行的互联网+企业发展战略。在通常情况下指的是互联网发展规划，是一种先进的企业发展模式。属于我国新时代背景下的传统传媒行业创新发展的表现。如果要想实现这个战略规划，就需要具有很强的持续性。所以，当传媒行业的战略目标达成以后，还需要继续衔接新的发展目标。在通常情况下，这种新型战略计划体现为两方面，分别是对前一项战略目标情况加以检验，然后是结合实际情况制定出新型战略目标的计划。

3.1 传媒经济性理论战略

随着改革开放的深入，传媒经济理论得到了一定的改进和完善，其基本上达成了行业的发展战略目标。首先，需要凸显传媒行业的经济发展规律，逐步建立传媒行业的经济发展体系；其次，需要充分体现传媒行业的特征，建立具备行业特色的理论发展体系。一般来讲，未来传媒经济理论战略是由多方面组合形成的，比如大文化、大传媒和大智慧。

在人类传播的背景下，随着传播技术的进一步改进和完善，大文化、大传播是未来传媒行业的发展形式。在通常情况下，大文化为综合性的文化，主要由规范、思想等文化相互组合形成的。对于大传播来说，主要牵涉到传媒行业的业态形式。

对于传媒行业的经济层面来说，行业发展主要包含了两方面的意思：第一，实体传媒行业的发展是指各类传媒形态的发展；第二，传媒经济和其他经济的发展，是将国民经济与传媒经济进行结合，将传媒经济的发展贯穿于国民经济发展中。

3.2 传媒行业的融合发展

传媒行业的融合以及发展，首先需要融合，融合一般指的是在外力的作用下而形成的新个体，是创新发展的一个阶段，在此阶段中，主要是指将非新型的物体元素舍弃，选择并且聚集新型元素为一体的过程。所谓传媒行业的融合发展，指的是在新型传媒技术的助推下，对于传统传媒行业的创新，并且这种新型传媒技术也是推动传媒行业融合的推动力。此种动力有着一定的客观性，本身作用于传播媒介融合的推促力中，不以人自身意志为转移，可以满足当前传媒技术的基本要求，只有达到传媒融合的目的，才有利于传播媒介得到更好的发展。

结语

当前阶段，要想促使传媒融合得到进一步的发展，就需要大力落实传媒融合战略，在遵循传媒融合要求的基础上优化战略，将存在的问题彻底解决，以此获取传媒融合带来的经济效益。媒

参考文献

[1] 周鸿铎. 传媒技术与传媒思维研究 [J]. 中国传媒科技，2019（6）：25−33，41.

[2] 李彪，刘泽溪. 思维、创意与技术：融媒体时代传媒产品的生产路径创新 [J]. 新闻战线，2018（9）：45−48.

[3] 甄巍然，白贵，彭焕萍. 技术仿真 思维跨域 伦理嵌入——新闻业裂变背景下传媒人才培养的三维方向 [J]. 新闻记者，2017（3）：37−42.

（作者单位：上海大学上海温哥华电影学院）